

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis angkat dalam topik pembahasan ini. Akan tetapi penelitian yang dilakukan tidak sama dengan penelitian sebelumnya ada perbedaan-perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Penulis akan memaparkan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan penulis, diantaranya adalah:

**Meika Wahyuni.** dalam skripsi penelitiannya tahun 2015 yang berjudul *“Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia cabang Boja Kendal)”*. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pemahaman dan persepsi konsumen muslim di PT. Rocket Chicken Boja tentang sertifikat halal.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, *pertama*, konsumen muslim di Rocket Chicken Boja berpersepsi (beranggapan) bahwa sertifikat halal itu penting karena informen mengetahui untuk menjamin kehalalan produk adalah dengan adanya sertifikat halal dan dibuktikan bahwa informen tahu (peduli) di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya, dengan jumlah 10 orang yaitu 31,25%.

---

<sup>1</sup> Meika Wahyuni, Skripsi : *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus PT> Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*. (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015) h. 8.

*Kedua*, konsumen muslim di Rocket Chicken Boja menganggap bahwa sertifikat halal bukan hal penting karena informen tidak tahu ada sertifikat halalnya atau tidak, atau informen tahu kalau di Rocket Chicken Boja ada sertifikat halalnya tapi informen tidak mengetahui apa maksudnya, dengan jumlah 22 orang sebesar 68,75%.<sup>2</sup>

**Ade Irwansyah.** Dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Label Halal terhadap Pembelian Konsumen Muslim pada Restouran Cepat Saji di Kota Bogor*”. Penelitian yang bertujuan *pertama*, mengidentifikasi persepsi konsumen muslim mengenai pangan halal dan lembaga halal prosuk pangan. *Kedua*, mengidentifikasi tingkat pengetahuan konsumen muslim mengenai kehalalan suatu produk pangan. *Ketiga*, menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji di Kota Bogor.<sup>3</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitn ini menyimpulkan bahwa, *pertama*, secara keseluruhan persepsi konsumen mengenai pangan halal dan lembaga halal pada produk pangan sudah baik. *Kedua*, tingkat pengetahuan halal pada produk pangan sudah baik. Hal ini berdasarkan bahwa sebagian besar dari konsumen 60% memiliki pengetahuan mengenai kehalalan suatu produk pangan. *Ketiga*, label halal dan harga merupakan faktor utama yang berpengaruh bagi konsumen muslim dalam memutuskan pembelian produk pangan pada restoran cepat saji. Sedangkan

---

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 51

<sup>3</sup> Ade Irwansyah, Skripsi : *Pengaruh Label Halal terhadap Pembelian Konsumen Muslim pada Restouran Cepat Saji di Kota Bogor*. (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2016) h. 3-4.

kualitas produk, layanan dan aksesibilitas lokasi bukan merupakan faktor utama.<sup>4</sup>

**Irma Ayu Sawitri.** *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.* Penelitian ini bertujuan, *pertama*, untuk menganalisis pengaruh persepsi label halal terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. *Kedua*, untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah.<sup>5</sup> Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional/asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa, *pertama*, variabel persepsi label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. *Kedua*, variabel faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah. *Ketiga*, berdasarkan hasil uji regresi berganda, secara bersama-sama (simultan) variabel persepsi label halal dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Wardah.<sup>6</sup>

**Norazah, Norbayah dan Loi Chek Kim.** *Persepsi Konsumen tentang Sertifikat Makanan Halal.* Data diambil dari siswa di lembaga pendidikan tinggi di wilayah Federal Labuan Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk

---

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 38

<sup>5</sup> Irma Ayu Sawitri, Skripsi : *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018) h. 9.

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 80.

mengetahui dari beberapa aspek perilaku konsumen seperti pengetahuan, agama, dan sikap. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menggambarkan aspek-aspek tertentu dari persepsi responden terhadap sertifikasi makanan halal seperti pengetahuan tentang makanan halal, sikap religius, sikap terhadap makanan halal, dan niat untuk merujuk pada makanan halal. Aspek-aspek ini berasal dari komponen sikap terhadap sertifikasi makanan halal. Oleh karena itu, temuan penelitian menawarkan beberapa implikasi penting bagi para praktisi. Perusahaan harus memainkan peran dominan dalam meningkatkan sikap konsumen terhadap sertifikasi makanan halal di pasar digital yang menantang.

Perspektif tambahan yang memperjuangkan kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi makanan halal adalah bahwa mereka memahami aspek Halal dan Haram Islam sambil memilih makanan dan minuman apa pun. Plus, mereka adalah mengetahui apakah produk itu diperbolehkan atau dilarang oleh hukum Islam. Aspek-aspek ini berasal dari komponen pengetahuan tentang sertifikasi makanan halal. Akibatnya, perusahaan harus meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai pentingnya mengacu pada sertifikasi makanan halal dalam pemilihan produk, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Perusahaan harus menggunakan media tradisional dan elektronik untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang sertifikasi makanan halal. Penelitian masa depan disarankan untuk memperkuat cakupan sampel di luar kelompok-kelompok siswa sehingga memperluas generalisasi hasil. Selain itu,

data dapat dianalisis menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural untuk menentukan faktor mana yang menghasilkan pengaruh paling kuat pada niat konsumen untuk merujuk pada sertifikasi makanan halal.

Berdasarkan pemaparan kajian terdahulu diatas maka terdapat kesamaan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu variabel yang digunakan mencakup pada persepsi dan juga label halal sedangkan perbedaanya yakni terletak pada objek penelitian dimana pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa prodi ekonomi syariah universitas muhammadiyah malang.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Teori Persepsi**

#### **a) Pengertian Persepsi**

Menurut Desiderato dalam literatur Jalaluddin Rakhmat, Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada Stimuli Inderawi (Sensori Stimuli).<sup>7</sup>

Persepsi menurut Bilson Simamora adalah “Bagaimana kita melihat dunia sekitar kita”.<sup>8</sup> Sementara menurut Philip Kotler dalam buku Muhammad Muflih, Persepsi adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengelola dan menafsirkan suatu

---

<sup>7</sup> Jalaluddin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007. Hal. 51.

<sup>8</sup> Bilson Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002. Hal. 102.

input informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti.

Miftah Thoha, menyatakan bahwa persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.<sup>9</sup>

Adapun persepsi tersebut sangat mungkin untuk dipengaruhi oleh berbagai harapan dan keinginan, berbagai macam kebutuhan, ide-ide yang tersembunyi atau tanpa disadari, dan juga oleh nilai-nilai yang berlawanan. Setiap orang berkecenderungan untuk memahami perintah berdasarkan pengalaman mereka.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah proses yang dialami oleh individu dengan bagaimana proses yang dirasakan kemudian mempengaruhi dalam memberi makna terhadap apa yang telah diketahui, lewat panca indera yang memberikan kesan bagi mereka untuk memberi penafsiran bagi lingkungannya.

---

<sup>9</sup> Miftah, Thoha. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Ed. 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007. Hal. 141-142.

Sedangkan dalam terminologi buku ilmu jiwa lama, persepsi disebut sebagai tanggapan, yaitu kenangan kepada pengamatan yang sifatnya tidak terikat kepada waktu, tanpa rangsangan, bersifat perseorangan dan berlangsung selama seseorang perhatiannya tertuju kepada suatu benda.<sup>10</sup>

Tanggapan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penerimaan, sambutan, reaksi.<sup>11</sup> Sedangkan menurut etimologi adalah gambaran pengamatan yang ada dan tinggal dalam kesadaran kita sesudah mengamati.<sup>12</sup>

#### **b) Syarat terjadinya persepsi**

Berikut adalah syarat terjadinya persepsi:<sup>13</sup>

##### **1) Adanya objek yang dipersepsi**

Objek atau sasaran yang diamati akan menimbulkan stimulus atau rangsangan yang mengenai alat indera. Objek dalam hal ini adalah persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang terhadap Label Halal pada produk Makanan.

##### **2) Adanya indera atau persepsi**

Alat indera yang dimaksud adalah alat indera untuk menerima stimulus yang kemudian diterima dan diteruskan oleh syaraf sensoris yang selanjutnya akan disampaikan ke susunan

---

<sup>10</sup> Ahmad Gazali, *Ilmu Jiwa*, Bandung: Ganaco NV, 1981, hal. 36.

<sup>11</sup> Team Pustaka Phoenix. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Ed. Baru. Jakarta: Pustaka Phoenix. 2007, hal. 1427.

<sup>12</sup> Agus, Sujanto. *Psikologi Umum*, Jakarta: Aksara Baru. 1983. Hal. 38.

<sup>13</sup> Walgito. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 1999. Hal.

syaraf pusat sebagai pusat kesadaran. Oleh karena itu mahasiswa diharapkan memiliki panca indera yang cukup baik sehingga stimulus yang akan diterima akan diteruskan kepada susunan syaraf otak dan berujung pada persepsi yang berkualitas pada objek.

### 3) Adanya perhatian

Perhatian adalah langkah awal atau kita sebut sebagai persiapan untuk mengadakan persepsi. Perhatian merupakan penyeleksian terhadap stimulus, oleh karena itu apa yang diperhatikan akan betul-betul disadari oleh individu dan dimengerti oleh individu yang bersangkutan. Persepsi dan kesadaran mempunyai hubungan yang positif, karena makin diperhatikan objek oleh individu maka objek tersebut akan makin jelas dimengerti oleh individu itu sendiri.

### c) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Miftah Toha, factor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (focus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- 2) Faktor Eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran,



keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

#### **d) Tahapan Persepsi**

Menurut Alo Liliweri, Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi lingkungan sekitarnya.

Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama, yaitu:

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indera manusia
3. Individu membuat interpretasi

## **2. Tinjauan Teori tentang Label**

### **a. Pengertian Label**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, label merupakan sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat, dan sebagainya. Ketentuan mengenai pemberian label pada produk diatur dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa label merupakan sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal

harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas yang memberikan informasi bahwa produk tersebut telah didaftar di Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Label kemasan adalah tulisan, tag, gambar atau pengertian lain yang tertulis, dicetak, distensile, diukir, dihias atau dicantumkan dengan cara apapun, pemberi kesan yang terdapat pada suatu wadah atau pengemas. Dengan demikian, calon konsumen yang ingin mengkonsumsi produk tersebut mendapat informasi secara detail dan akurat apakah produk tersebut mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan.

Beberapa fungsi label dikemukakan oleh Kotler, diantaranya adalah:<sup>14</sup>

- 1) Label mengidentifikasi produk atau merek.
- 2) Label menentukan kelas produk
- 3) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
- 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

---

<sup>14</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.

Tujuan pelabelan secara garis besar adalah sebagai berikut:

- 1) Memberi informasi kepada konsumen tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- 2) Sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang tak diketahui secara fisik.
- 3) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga dapat diperoleh fungsi produk yang optimum.
- 4) Sarana periklanan bagi produsen.
- 5) Memberi rasa aman dan jaminan bagi konsumen.

**b. Pengertian Label Halal**

Label halal diatur dalam peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, bahwa label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 ayat 9 bahwa setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas ke-seluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal berupa label halal pada kemasan.

### c. Lembaga yang Mengeluarkan Label Halal

Label halal yang dicantumkan produsen pada kemasan produknya adalah yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia kepada suatu perusahaan makanan, minuman, kosmetik, atau obat-obatan yang telah diperiksa asal bahan bakunya, sumber bahan bakunya, proses produksinya dan hasil akhirnya. Pemeriksaan ini dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, atau Kosmetik yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Hasil pemeriksaan ini akan diseminarkan didepan rapat auditor LPPOM MUI yang kemudian hasilnya akan diajukan kepada Komisi Fatwa Halal. Kemudian fatwa halal ini diberikan kepada perusahaan yang mengajukan permohonan dalam bentuk label dengan menggunakan (3) bahasa yakni indonesia, arab dan inggris. Label halal ini merupakan petunjuk bagi konsumen bahwa makanan yang memiliki label halal tersebut memang telah diperiksa kehalalannya dan dijamin kehalalannya oleh lembaga yang memeriksanya.



Logo Halal MUI, Sumber : [halalmui.com](http://halalmui.com)

Aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:

1. **Proses Pembuatan** Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:
  - a. Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih.
  - b. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunanya.
  - c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
  - d. Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.
2. **Bahan Baku Utama** Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.
3. **Bahan Pembantu** Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk proses rekayasa.

4. Efek Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi.

Di Indonesia, produk konsumsi memerlukan fatwa MUI untuk mendapatkan labelisasi halal dan disahkan oleh Menteri Agama melalui pemeriksaan halal dengan menyertakan sertifikat halal kepada pemohon dengan tembusan BPOM. Sementara penetapan struktur biaya sertifikasi halal ditetapkan oleh Menteri Keuangan terhadap pemohon atas usul Menteri Agama. Sertifikasi halal berlaku selama 2 tahun dan diperbaharui sesuai dengan perundangundangan, pengawasannya dilakukan oleh lembaga pemeriksa halal. Dan jika pada saat pemeriksaan ditemukan pelanggaran maka lembaga pemeriksaan halal berhak untuk menyabut sertifikasi halal

Label halal MUI berlaku selama 2 tahun, diantara interval waktu 2 tahun akan diadakan pemeriksaan mendadak (SIDAK) terhadap perusahaan yang telah mendapatkan label halal tersebut. Sidak dilakukan paling sedikit 3 kali dalam interval waktu 2 tahun tersebut. Jika dalam sidak diketahui bahwa perusahaan tersebut melakukan pelanggaran perjanjian sertifikasi halal, maka perusahaan tersebut diberi sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jika masa berlakunya label sudah berakhir, maka perusahaan berkewajiban mengembalikan label tersebut kepada MUI. Dan jika perusahaan ini tetap mendapatkan sertifikasi halal tersebut, maka perusahaan diwajibkan untuk mengajukan permohonan sertifikasi halal kembali sesuai dengan prosedur awal .

#### **d. Tujuan Labelisasi Halal**

Produk yang telah dinyatakan halal oleh fatwa halal MUI dalam bentuk putusan fatwa Sertifikat Halal, perlu diberi tulisan atau label halal pada kemasannya agar mudah dikenali. Pemberian tanda atau tulisan halal dalam bentuk label halal merupakan upaya perlindungan bagi konsumen muslim sebagai konsumen terbesar di Indonesia. Kewajiban pencantuman label halal dapat membantu konsumen muslim untuk dapat memilih produk yang akan dikonsumsi.<sup>15</sup>

Pencantuman label halal baru dapat dilakukan oleh perusahaan manakala produknya telah mendapatkan Sertifikat Halal dan Nomor Registrasi Halal dari Badan Nasional Penjamin Produk Halal (BNP2H). Dan yang menjadi dasar mengikat BNP2H mengeluarkan Sertifikat Halal dan Nomor Registrasi Halal adalah Putusan Fatwa MUI.<sup>16</sup>

Selain itu, bentuk logo halal yang khas dan seragam sangat didambakan konsumen. Mengingat saat ini belum ada keseragaman logo halal, sehingga dapat membingungkan mana logo halal yang

---

<sup>15</sup> Sofyan Hasan. 2014. *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo. Hal. 331.

<sup>16</sup> Sofyan Hasan. 2014. *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif...* Hal. 332

didukung oleh sertifikat halal dan mana yang tidak. Selanjutnya logo atau tulisan halal yang ditempel pada kemasan perlu mencantumkan nomor izin atau registrasi sertifikasi halal MUI agar mudah dikenali ketika terjadi penyelewengan.

#### **e. Indikator Labelisasi Halal**

Terdapat tiga indikator labelisasi halal antara lain pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal.<sup>17</sup> Berikut adalah arti dari ketiga indikator tersebut menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan wikipedia:

1. Pengetahuan, merupakan suatu informasi yang diketahui ataupun disadari oleh seseorang. Pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki; yang melekat dibenak seseorang.
2. Kepercayaan, merupakan keadaan psikologis disaat seseorang menganggap sesuatu itu benar. Atau bisa diartikan juga suatu anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.
3. Penilaian terhadap labelisasi halal, merupakan suatu proses, cara, perbuatan menilai; pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

---

<sup>17</sup> Mahwiyah (2010), Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta). Jakarta: FE Universitas Islam Syarif Hidayatullah.